

3 プラン計画期間の重点事業

本市の現状や課題、シティプロモーションの必要性、基本方針などを踏まえた上で、計画期間である2020年までの約6年間の中で、本市が特に力を注いでいく事業を「重点プロジェクト」として位置づけ、推進していくこととします。

また、シティプロモーションの推進においては、主体の官民を問わず、様々な団体が実施するプロモーション活動と協力をしながら進めていきます。

(1) 2つの重点プロジェクト

Ⅰ 魅力創造プロジェクト

魅力創造プロジェクトとは、シティプロモーションの1つの要素として、市民の手により本市の新しい魅力を作る、高める、あるいは既にあるものの違った側面を示し、本市のポテンシャルを引き出すプロジェクトです。

① 沼津のイメージキャッチコピー、キャラクター等の作成

ここ数年「ゆるキャラ」が人気を博しており、本市でも企業や地域、団体等が独自のPRキャラクターを作成し、イベント等で着ぐるみ等を活用したPRを行っています。

このように、時代に即し視覚的な効果を意識した、沼津のまちのイメージを分かりやすく発信するキーメッセージやマーク、キャラクター等を作成し、市や民間のプロモーションに関する取組みに統一感を持たせるよう進めていきます。

② “ぬまづの魅力”のパッケージ化や再編成等によるPR

まち全体のイメージアップを図るため、沼津市の歴史や文化、風土に根差した資源を素材とし、それらを連携させたり、編集すること等により、魅力に付加価値を付ける必要があります。

例えば、旧沼津御用邸の佇まいから連想される上質なイメージや、白隠禅師の世界観などを膨らませた、歴史・文化をモチーフとした取組みや、「まち中ぶらり散歩」、「狩野川をたどる旅」等の散策ルートの紹介など様々な切り口で、シティプロモーションを仕掛けていきます。



③おもてなし力の強化

平成 26 年夏、総合コンベンション施設「プラサヴェルデ」がグランドオープンしたことを機に、今後、学会出席者等、従来にはなかった情報発信力を持つ来客層が増加すること、また、近年外国人観光客も増えていることから、本市を訪れてくれた方に対して、まち全体が訪問を歓迎する気持ちを表し、まちのファンを増やすことや、リピート率を高めていくことが必要です。



本市を訪れた方に対するおもてなしの気持ちを表出するために、事業者や市民のおもてなし力の向上や、ボランティアスタッフの育成、ユニバーサルデザインに配慮した案内板の作成などについてさらに進めていきます。



④沼津の「食」のPR

毎日の暮らしに欠かすことができず、かつ満足度の高い「食」は、シティプロモーションの必須テーマです。自然豊かで文化的成熟度も高い本市であるからこそ生み出される多彩な「食」を通じて、人々の関心を喚起していきます。



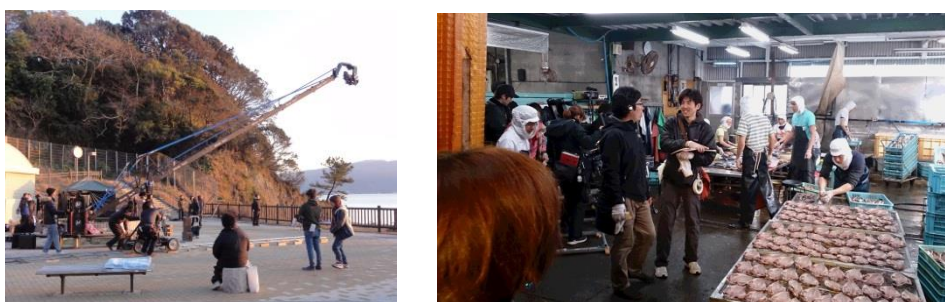
「海」、「新鮮な食材」とそれを気軽に提供する「市場」等のキーワードを組み合わせ、食を通じた豊かな暮らしのイメージづくりを進めます。また沼津の食材について民間の方々と協力してブランド化の仕組みづくりや、食を通じたPRイベントの開催などに取り組んでいきます。



⑤フィルムコミッションによる沼津の景色の発信

首都圏から約1時間という本市の立地から、市内での映画やドラマ、CM撮影などのロケのニーズが増加しています。沼津の景色や情報を外部に発信する手段として、マスメディアによる映像の活用は、効果が大きく欠かすことができません。特に費用対効果の大きい、映画やテレビのロケ、取材などの受け入れは、近隣市町でも取り組むところが増えつつあり、新しい展開が求められています。

映画やテレビ等の映像を活用したプロモーションを進めるため、ロケの誘致活動等に引き続き取り組んでいきます。



II 素敵なぬまづ暮らし提案プロジェクト

素敵なぬまづ暮らし提案プロジェクトとは、本市を舞台に展開されるライフスタイルについて、年代、性別、趣味・嗜好などの条件別にきめ細やかな情報を発信していくプロジェクトです。

① 移住・定住プロモーション

市外に住む人たちに対して、本市が住む場所として、豊かな自然と都市的環境を備え「ちょうどいいまち」であることをPRするプロモーション。年代や家族構成などによってアピールポイントを変え、温暖な気候や子育て環境、医療・介護施設、買い物環境、不動産情報、趣味の活動などの情報を総合的に提供していきます。

また、現在、まち中に居住している子育て世代や、県外から沼津に住むこととなった人、住宅関係者など、幅広いジャンルの方々からの意見を求めています。



②交流プロモーション

首都圏などから訪れる観光客や、コンベンションの出席者などに向けて、例えば、週末だけを沼津で過ごす二地域居住や、首都圏からの近さを活かした1泊2日程度の「ちょい旅」を勧めるプラン、自然を活かしたアトラクション等を楽しむ「アクティブ沼津」など、目的別にテーマを決めた具体的プランを提案するなど、とりあえず沼津に行けば何か面白そうなのがあるという、まちの期待感を高めるようなPRを進めていきます。



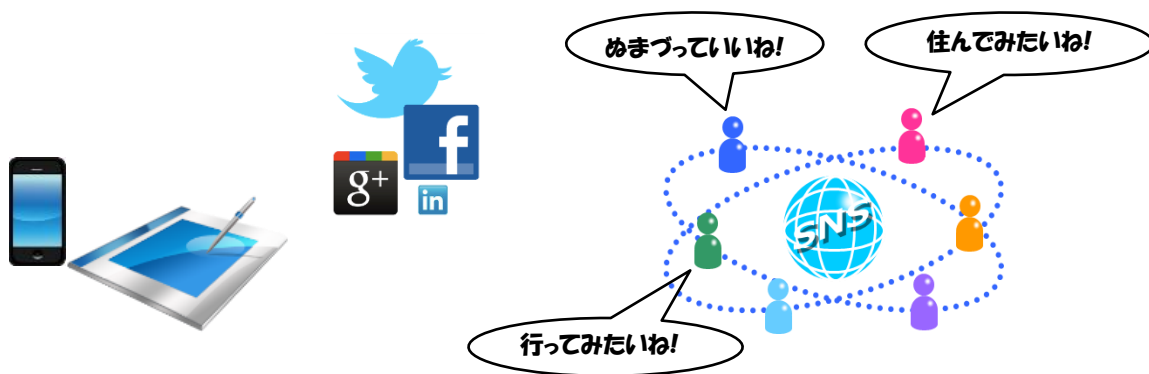
(2) 情報発信力の強化

情報発信については、様々なメディアを活用した「メディアミックス」の手法でのPRを実施するとともに、表層的な情報だけではなく、それぞれの情報素材の後ろ側にあるストーリー性を意識した発信を心がけていきます。

① 新メディア(インターネット、SNS等)による情報発信

スマートフォンやモバイル端末が急速に普及したことにより、特に若い世代の情報接触方法が大きく変化しました。感度の高い若者世代へ向けて、インターネットやSNSはもとより、今後新たに登場するであろうコンテンツ等についての対応をリアルタイムに検討するなど、本市の情報への接触回数を増やす仕組みを作り上げていきます。

また、発信する情報についても、シリーズ化やメイキング等、受け手の興味を惹きつけるための工夫や、民間のノウハウを取り入れたソフトづくりを進めていきます。



② パブリシティの計画的活用

「パブリシティ」とは、情報発信者が費用を負担して流す情報である「広告」とは異なり、その情報をテレビや新聞などのメディアがニュースや記事として取り上げることで、伝達されるよう働きかける広報活動であり、これらの情報は信頼性の高い情報として受け止められやすいという利点があります。パブリシティを効果的に活用するためには、記者への適切な情報提供が不可欠であり、単なるお知らせではなく、ニュース性を高めるためのタイミングや表現等の工夫を行う必要があります。そのためには、事業企画の段階から、常にパブリシティを意識した事業スケジュールを組むほか、市内で行われる民間の取組みについても、積極的にメディアに発信を進めていくことで、沼津市全体のPR力を高めていきます。



③ 首都圏キャンペーンの展開

首都圏中央連絡自動車道（圏央道）と東名高速道路が接続されたことにより、首都圏からのアクセスが向上したことを機に、首都圏における情報発信をより強化するため、首都圏で開催されるイベントや物産展、商談会等への参加のほか、首都圏在住の沼津市出身者等の協力体制を作っていく等、効果的なPRに努めていきます。

④ アンテナスポットの充実

市外の人が本市を訪れた際に情報取得ができる場所として、現在ある「まちかどスポット」なども含め、市内のアンテナスポット機能のさらなる充実を図っていきます。また、市外、特に首都圏などにおいても継続的に口コミによる情報発信ができるよう、今後、発信基地の充実について検討していきます。



⑤ 街角Wi-Fiスポットの設置

まち中における高速無線LANへの無料接続ポイントの充実は、まちそのもののイメージや格を向上させ、訪れてくれる方などへの円滑な情報提供につながることから、先進事例や技術などを研究しつつ、効果的な導入について検討していきます。